

**ANALISIS TREN SOSIO-SPASIAL MAHASIWA FAKULTAS  
GEOGRAFI UMS ANGKATAN TAHUN 2015-2019**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I  
pada Fakultas Geografi**

**Oleh:**

**LINTA ALFI FAHMI**

**E 100 162 002**

**PROGRAM STUDI GEOGRAFI  
FAKULTAS GEOGRAFI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ANALISIS TREN SOSIO-SPASIAL MAHASIWA FAKULTAS GEOGRAFI  
UMS ANGKATAN TAHUN 2015-2019**

**PUBLIKASI ILMIAH**

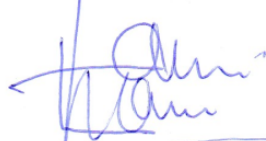
oleh:

**LINTA ALFI FAHMI**

**E 100 162 002**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen  
Pembimbing



**Dr. Choirul Amin, S.Si, M.M**

**NIK.1631**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS TREN SOSIO-SPASIAL MAHASIWA FAKULTAS GEOGRAFI  
UMS ANGKATAN TAHUN 2015-2019**

**OLEH  
LINTA ALFI FAHMI  
E100162002**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Geografi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Kamis, 14 Mei 2020  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji:**

- 1. Dr. Choirul Amin, S.Si, M.M  
(Ketua Dewan Penguji)**
- 2. Drs. Priyono, M.Si  
(Anggota I Dewan Penguji)**
- 3. Jumadi, S.Si, M.Sc, Ph.D  
(Anggota II Dewan Penguji)**

  
(.....)  
  
(.....)  
  
(.....)



**Dekan,**

**Drs. Yuli Priyana, M.Si**

**NIK. 573**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 14 Mei 2020

Penulis



**LINTA ALFI FAHMI**  
**E100162002**

## ANALISIS TREN SOSIO-SPASIAL MAHASISWA FAKULTAS GEOGRAFI UMS ANGKATAN TAHUN 2015-2019

### Abstrak

Pendidikan tinggi belum merata di Indonesia antara Jawa dan Luar Jawa. Terdapat bidang keilmuan yang jumlahnya terbatas yaitu keilmuan geografi. Keilmuan geografi peminatnya masih sedikit dibandingkan lainnya. Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) merupakan satu-satunya Perguruan tinggi swasta yang memiliki Fakultas Geografi (FG) di Indonesia. Penyebaran mahasiswa Geografi UMS perlu dipetakan untuk mengetahui pemerataan daerah asal mahasiswa sehingga fakultas dapat merencanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat calon mahasiswa di wilayah yang sedikit bahkan belum ada mahasiswanya. Tujuan penelitian ini untuk (1) Menganalisis tren pola persebaran spasial daerah asal mahasiswa FG UMS tahun 2015-2019, (2) Mengetahui tren karakteristik sosio-spasial orang tua mahasiswa FG UMS tahun 2015-2019, (3) Mengetahui strategi pemasaran FG UMS terkait tren sosio-spasial. Metode yang digunakan adalah data sekunder dan primer yaitu wawancara pimpinan FG UMS. Analisis data yang digunakan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian antara lain (1) Tren pola spasial mahasiswa Fakultas Geografi angkatan tahun 2015-2019 adalah semakin mengelompok dengan hasil Indeks moran  $0 < I \leq 1$  menunjukkan adanya autokorelasi spasial positif. (2) Tren sosio-spasial orang tua mahasiswa FG UMS 2015-2019 relatif tetap dengan tren di Jawa dan Luar Jawa mayoritas berpendidikan sedang hingga sangat tinggi dan berpendapatan menengah hingga sangat tinggi, pekerjaan didominasi PNS di Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi dan Papua sedangkan Maluku dan Nusa Tenggara sebagian besar adalah wiraswasta. (3) Strategi pemasaran yang akan diterapkan FG UMS terkait sosio-spasial mahasiswa dengan strategi *product* yaitu meningkatkan kualitas dosen, membenahi laboratorium, menyiapkan program unggulan dan meningkatkan mutu lulusan, strategi *price* dengan mengikuti kenaikan harga barang dan jasa serta kebijakan kenaikan harga dari universitas dengan memperhatikan pangsa pasar menengah ke bawah, strategi *place* belum ada pendirian lokasi tertentu, strategi *promotion* dengan berbasis *online* dan *offline* melalui *roadshow*, mendatangi calon mahasiswa transfer, promosi mulut ke mulut melalui mahasiswa FG dari Luar Jawa dan penguatan promosi internasional.

**Kata Kunci:** Fakultas Geografi, mahasiswa, pola spasial, sosio-spasial, strategi pemasaran

### Abstract

Higher education is not evenly distributed in Indonesia between Java and outer java. There is a limited number of scholarly sciences, geography. The geography of the interest is still less than others. The University of Muhammadiyah Surakarta (UMS) is the only private college that has the faculty of Geography (FG) in Indonesia. The student dissemination of geography UMS needs to be mapped to know the equality of the student area so that the faculty can plan a marketing strategy to increase the interest of prospective students in the region that little has not even the students. The purpose of this research is to (1) analyze

the trend of spatial distribution pattern of regional students from FG of UMS year 2015-2019, (2) Knowing the trend of characteristics of socio-spatial student of FG UMS year 2015-2019, (3) Knowing the marketing strategy of FG related sosio-spatial trend. The methods used are secondary and primary data i.e. the interview led by FG of UMS. Analysis of the data used by descriptive analytical techniques. Results of the research, among others (1) The trend of spatial students of the Faculty of Geography in 2015-2019 is a clustered with the results of Moran index  $0 < I \leq 1$  indicate the presence of positive spatial autocorrelation. (2) The Sosio-spatial trend of parents of Faculty Geography 2015-2019 have a relatively fixed trend with the trends in Java and outer Java The majority of educated moderate to very high and middle income to very high is dominated civil servants in Java, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi and Papua while Maluku and Nusa Tenggara are largely self-employed. (3) Marketing strategy that will be applied to FG related socio-spatial students with product strategy that is improving the quality of lecturers, fix the laboratory, prepare the excellent program and improve the quality of graduates, the price strategy by following the increase in the price of goods and services and the policy of rising prices of universities with regard to the market share to the lower middle, place strategy has no specific site establishment, promotion strategy with online and offline based road

**Keywords:** Faculty of Geography, marketing strategies, socio-spatial, spatial patterns, , students

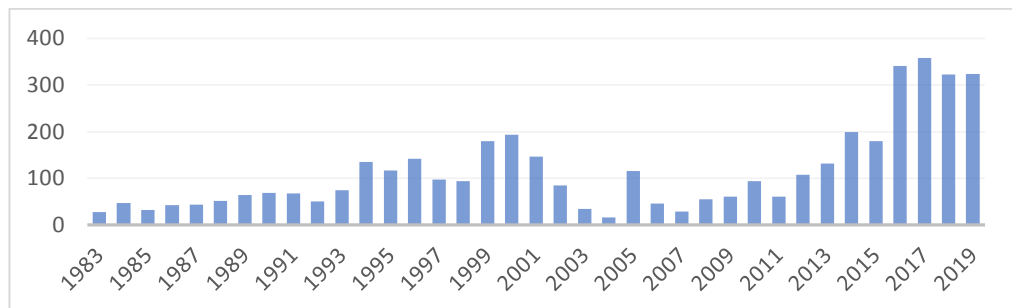
## 1. PENDAHULUAN

Pendidikan memiliki kontribusi sebagai pencetak sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, pertumbuhan ekonomi dan penguasaan serta pengembangan sains (Ali, 2009). SDM berkualitas dapat dilakukan melalui pendidikan tinggi. Penelitian ini berangkat dari permasalahan pendidikan tinggi yang belum merata di Indonesia. Pembangunan pendidikan khususnya perguruan tinggi (PT) yang hanya berpusat di Pulau Jawa menyebabkan mutu PT di Pulau Jawa semakin membaik, sedangkan PT di Timur terbatas secara jumlah maupun kualitasnya. Berdasarkan versi portal media seperti QS Stars (2019) perguruan tinggi di Jawa seluruhnya masuk dalam 10 besar PT unggulan di Indonesia sehingga mahasiswa lebih memilih perguruan tinggi di Jawa dengan motivasi untuk mencari PTN/PTS yang lebih baik dibandingkan di Indonesia Timur.

PTN dan PTS yang terpusat di Jawa menyebabkan jumlah lulusan paling banyak di Pulau Jawa. Sebanyak 67% dari total lulusan berasal dari Jawa dan 33% sisanya adalah Luar Jawa. Bidang pendidikan dan kesehatan masih menjadi jurusan favorit para mahasiswa baru, namun ada bidang keilmuan yang jumlahnya

terbatas yang menyebabkan jumlah lulusannya sedikit, yaitu bidang keilmuan geografi. Bidang keilmuan geografi yang peminatnya masih sedikit dibandingkan ilmu lain, padahal pemerintah pusat khususnya daerah sangat membutuhkan ahli geografi sebab beragam persoalan baik lingkungan maupun masalah sosial dan ekonomi serta perencanaan wilayah memerlukan peran sarjana geografi, akan tetapi jumlah fakultas geografi di Indonesia masih terbatas.

Fakultas Geografi (FG) di Indonesia hanya ada dua yaitu FG UGM dan FG UMS. UMS merupakan satu-satunya PTS yang memiliki FG di Indonesia. FG merupakan salah satu fakultas di UMS yang memiliki tren mahasiswa yang berkembang secara fluktuatif tiap tahun namun, pada 5 tahun terakhir mengalami perkembangan yang signifikan, berikut gambar 1 menyajikan tren jumlah mahasiswa Geografi UMS tahun 1983-2019



Gambar 1. Tren Jumlah Mahasiswa Geografi UMS Tahun 1983-2019

FG yang hanya berada di Jawa khususnya yang berada di UMS mempengaruhi sebaran sarjana geografi, karena tidak semua provinsi khususnya daerah memiliki jurusan Geografi. Penyebaran mahasiswa lulusan geografi UMS perlu diketahui pola persebarannya. Pola spasial menurut Yunus (2010) diklasifikasikan menjadi 3 klasifikasi yaitu *regular*, *random* dan *clustered*. Nisa Indahsari (2008) mengatakan bahwa pengenalan pola merupakan hal yang sangat penting dilakukan dalam mengkaji masalah keruangan. Penampilan pola spasial diwujudkan dalam peta membantu seseorang memahami sebaran objek di muka bumi. Pola sebaran spasial mahasiswa geografi perlu diketahui agar UMS khususnya FG mengetahui distribusi spasial mahasiswanya. Pengetahuan sebaran mahasiswa adalah upaya untuk mengukur seberapa jauh pengaruh keberadaan FG UMS serta fakultas dapat merencanakan strategi pemasaran untuk dapat

meningkatkan minat calon mahasiswa di wilayah yang sedikit bahkan belum ada mahasiswanya.

Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren pola spasial mahasiswa Fakultas Geografi UMS angkatan tahun 2015-2019, untuk mengetahui tren karakteristik sosio-spasial orang tua mahasiswa Fakultas Geografi UMS angkatan tahun 2015-2019 serta untuk mengetahui strategi pemasaran Fakultas Geografi UMS kedepan terkait tren terkait sosio-spasial mahasiswa Fakultas Geografi UMS angkatan tahun 2015-2019.

## **2. METODE**

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis data sekunder dan dilengkapi dengan data primer yaitu wawancara terstruktur dengan pimpinan FG UMS. Wawancara terstruktur menurut Basuki, 2006 yaitu wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FG UMS angkatan 2015-2019 yang berjumlah 1.589 mahasiswa dan pimpinan FG UMS yang terdiri dari Dekan, Wakil dekan I, II, dan III serta Kepala Laboratorium FG UMS.

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data sekunder dan data primer. Data sekunder yang dikumpulkan antara lain biodata mahasiswa FG UMS angkatan 2015-2019 dan data shp Kabupaten se Indonesia. Pengolahan data sekunder daerah asal mahasiswa dengan menggunakan software arcGis 10.2.2 metode *spatial autocorrelation indeks moran's* dengan memetakan daerah asal mahasiswa per angkatan dari tahun 2015-2019. Pengolahan data primer wawancara terstruktur berdasarkan metode Miles & Huberman, 1992 pengolahan terdiri dari tiga kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi.

Metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif yang menggambarkan hasil penelitian. Pendekatan geografi yang digunakan adalah keruangan dengan tema pola keruangan (*spatial pattern analysis*) bertujuan untuk mengidentifikasi pola spasial daerah asal mahasiswa FG UMS. Analisis strategi pemasaran Fakultas Geografi dianalisis menggunakan acuan Buchori Alma, 2008



dimana pemasaran PT memperhatikan empat P yaitu *product, price, place, dan promotion*.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Tren pola spasial daerah asal mahasiswa FG UMS angkatan tahun 2015-2019

Tren merupakan suatu fenomena yang populer dalam suatu jangka waktu yang tertentu, tren menurut Maryati dalam Indrawati, 2017 adalah suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata rata perubahan dari waktu ke waktu. Pola spasial (*spatial pattern*) merupakan kekhasan sebaran keruangan, penyebaran gejala geosfera di permukaan bumi tidak merata disetiap wilayah dengan menggambarkan di peta maka dapat mengungkap hubungan antara satu dengan lainnya (Yunus dan Husna, 2018). Tren pola spasial berarti kecenderungan sebaran keruangan dalam jangka waktu tertentu dalam penelitian ini membahas penyebaran mahasiswa FG UMS tahun 2015-2019. Pola gejala spasial dapat digambarkan melalui titik, garis dan area dalam penelitian ini menggunakan unit area. Paramater yang digunakan dalam penelitian ini adalah daerah asal mahasiswa FG UMS angkatan 2015-2019. Jumlah mahasiswa tahun 2015-2019 berturut-turut sebanyak 180, 341, 358, 322, 324 mahasiswa. Berikut hasil penelitian tren pola spasial mahasiswa FG UMS yang disajikan ke dalam tabel, diagram dan peta. Berikut tabel yang menyajikan rincian nilai p-value, z score dan indeks morans.

Tabel 1. Rekapitulasi pengolahan pola spasial mahasiswa FG UMS tahun 2015-2019

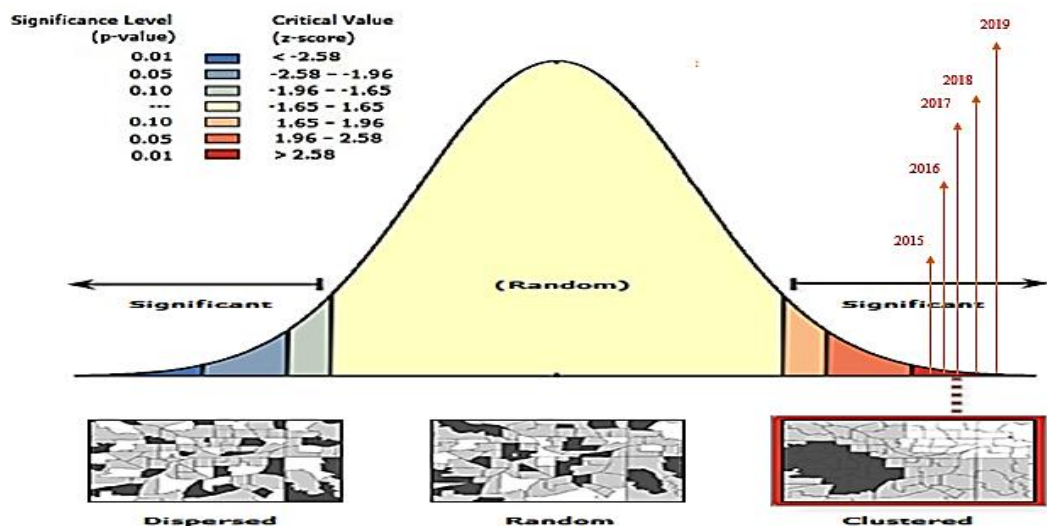
Tahun	p-value	z-score	Indeks moran	Keterangan
2015	0.00000	25.921265	0.186660	Mengelompok
2016	0.00000	29.239215	0.209597	Mengelompok
2017	0.00000	32.320704	0.234835	Mengelompok
2018	0.00000	35.839413	0.262316	Mengelompok
2019	0.00000	37.457436	0.274398	Mengelompok

Sumber : Penulis (2020)

Berdasarkan tabel 1 menunjukan bahwa tahun 2015-2019 mahasiswa FG UMS terkategori dalam pola mengelompok / *clustered* dan menunjukan adanya autokorelasi spasial positif karena nilai indeks moran yang didapatkan  $0 < I \leq 1$ .

Autokorelasi spasial positif daerah asal mahasiswa FG UMS tahun 2015-2019 berarti adanya kemiripan nilai dari lokasi-lokasi yang berdekatan dan cenderung mengelompok hal ini karena daerah asal mahasiswa FG UMS 2015-2019 yang tidak beragam sehingga menghasilkan pola mengelompok, artinya terdapat banyak daerah yang memiliki populasi/mahasiswa yang berjumlah sedikit dan tidak memiliki populasi mahasiswa sama sekali.

Ketetangaan tersebut mencerminkan derajat ketergantungan area (spasial) yang tinggi apabila dibandingkan dengan area lain yang letaknya terpisah jauh. Indeks moran yang didapatkan dari 2015-2019 menunjukkan bahwa setiap pertambahan tahun dari 2015 menghasilkan derajat spasial yang semakin tinggi karena semakin menjauh dari 0 dan mendekati nilai 1. Jika dilihat dari daerah asalnya maka daerah Solo raya menjadi keterkaitan yang tinggi karena masih dalam satu kawasan antara lain Sukoharjo, Surakarta, Boyolali, Wonogiri, Sragen, Karanganyar dan Klaten. Secara keseluruhan dari 2015-2019 memiliki indeks moran yang semakin mendekati semakin tahun hal ini dikarenakan jumlah mahasiswa yang bertambah namun masih dalam daerah asal yang sama sehingga akan menyebabkan beberapa daerah asal memiliki mahasiswa yang banyak dan terdapat daerah asal yang sedikit bahkan tidak ada sehingga akan menghasilkan pengelompokan mahasiswa di daerah tertentu. Berikut gambar 2 menyajikan tren pengelompokan mahasiswa 2015-2019



Gambar 2. Tren Pengelompokan Mahasiswa 2015-2019 Berdasarkan Z Score

Berdasarkan gambar 2 dari tahun 2015-2019 polanya adalah semakin mengelompok dari tahun ke tahun. Pengelompokan mahasiswa FG UMS ini disebabkan karena terdapat banyak daerah asal yang tidak ada mahasiswanya

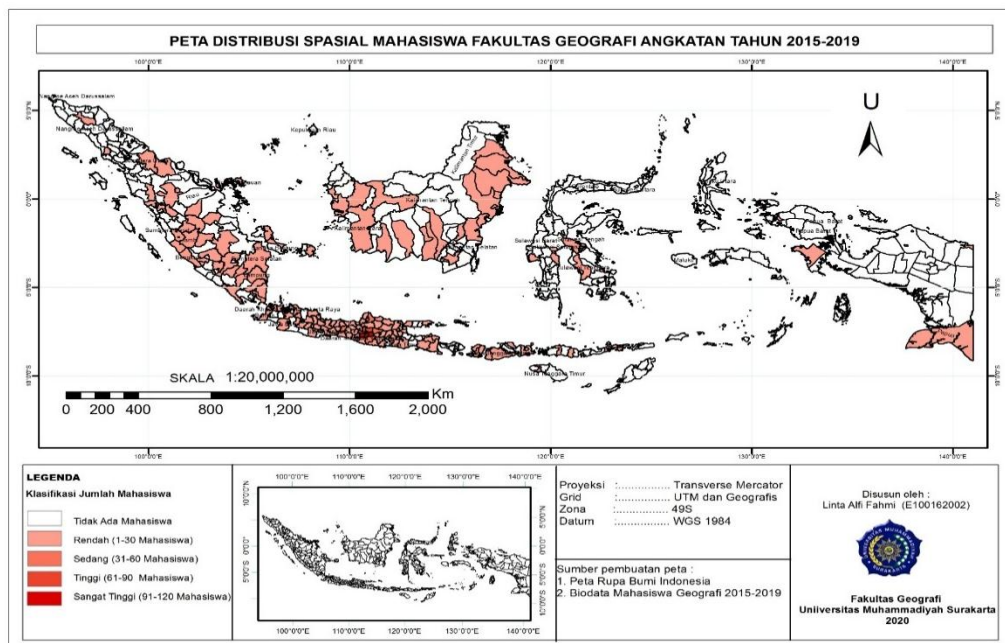
serta terdapat daerah asal yang banyak mahasiswanya. Daerah asal mahasiswa FG UMS masih terpusat di Pulau Jawa yaitu Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, DIY, DKI Jakarta dan Banten. Pulau lainya yang masih sedikit mahasiswanya yaitu Pulau Sumatera, sedangkan Pulau yang masih sedikit antara lain Kalimantan, Nusa Tenggara, Sulawesi, Papua dan Maluku. Berikut tabel 2 menyajikan distribusi jumlah per pulau.

Tabel 2. Distribusi jumlah mahasiswa berdasarkan pulau FG UMS angkatan tahun 2015-2019

Pulau	2015		2016		2017		2018		2019	
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
Jawa	157	87,2	294	85,0	320	88,6	288	88,6	289	87,8
Sumatera	17	9,4	35	10,1	29	8,0	23	7,1	26	7,9
Kalimantan	6	3,3	6	1,7	9	2,5	8	2,5	9	2,7
Nusa Tenggara	2	1,1	4	1,2	0	0,0	6	1,8	4	1,2
Sulawesi	2	1,1	3	0,9	2	0,6	0	0,0	1	0,3
Papua	0	0,0	3	0,9	1	0,3	0	0,0	0	0,0
Maluku	0	0,0	1	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0

Sumber : Biro IT UMS diolah penulis (2020)

Berdasarkan tabel 2 secara keseluruhan Pulau Jawa tahun 2015-2019 mendominasi dengan presentase 87%. Pulau yang setiap tahun ada mahasiswanya adalah Pulau Jawa (87%) Sumatera (8.5%) dan Kalimantan (2.54%), untuk memudahkan secara spasial, disajikan gambar 3 peta daerah asal mahasiswa FG UMS 2015-2019



Gambar 3. Peta distribusi spasial mahasiswa FG UMS tahun 2015-2019

Secara keseluruhan dari tahun 2015-2019 untuk pulau Jawa mengalami kenaikan, rata-rata setiap tahun. Lebih dari 80% mahasiswa berasal dari Pulau Jawa, dan sisanya dari Pulau lainya seperti hasil penelitian Hidayat, Sudarsono, & Sasmito, 2014 tren mahasiswa Geodesi UNDIP tahun 2014 -2018 masih terpusat di Jawa. Secara berurutan mahasiswa FG UMS dari yang paling banyak mahasiswanya adalah Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Nusa Tenggara, Sulawesi, Papua, Maluku. Jika dicermati mahasiswa FG UMS lima tahun terakhir berpusat pada Indonesia bagian barat, sedangkan Indonesia bagian timur masih belum banyak. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa faktor antara lain lokasi, jarak, dan keterjangkauan. *Pertama* adalah faktor lokasi, FG UMS terletak di Surakarta, Jawa Tengah sehingga tidak heran jika mahasiswa banyak berasal dari Jawa khususnya Jawa Tengah seperti penelitian yang dilakukan Rohsulina, Husyain, & Rahman, 2015 mayoritas mahasiswa Universitas Veteran Bangun Nusantara yang berasal dari Jawa Tengah karena letaknya juga di Jawa tengah. *Kedua*, faktor jarak, faktor jarak menjadi penting dalam pemerataan mahasiswa yang memusat di Jawa, lokasi FG UMS di Jawa dan Pulau yang paling dekat adalah Sumatera dan Kalimantan, sedangkan pulau yang ada di Indonesia Timur jaraknya relatif jauh dari FG UMS, bisa dilihat di peta persebaran yaitu jarak lokasi yang jauh dari FG UMS masih sedikit sedangkan yang dekat dengan FG UMS lebih banyak mahasiswanya. *Ketiga* faktor keterjangkauan. Keterjangkauan merupakan seberapa mudah suatu obyek dapat diakses dengan kata lain adalah aksesibilitas dalam hal ini keterjangkauan lokasi FG UMS. Letak FG UMS dekat dengan jalan utama, dekat dengan pusat Kota Solo, dekat dengan fasilitas

transportasi seperti terminal, bandara, dan stasiun serta topografi yang relatif datar sehingga mengakibatkan para mahasiswa dapat dengan mudah mengaksesnya, namun mahasiswa masih didominasi mahasiswa dari Jawa dan mahasiswa dari Luar Jawa masih sedikit hal ini karena para mahasiswa Luar Jawa mempertimbangkan sarana dan prasarana yang menunjang transportasi untuk menuju tempat tersebut dan biaya untuk menempuh perjalanan tersebut tidak sedikit, sehingga hanya beberapa mahasiswa yang berasal dari Luar Jawa.

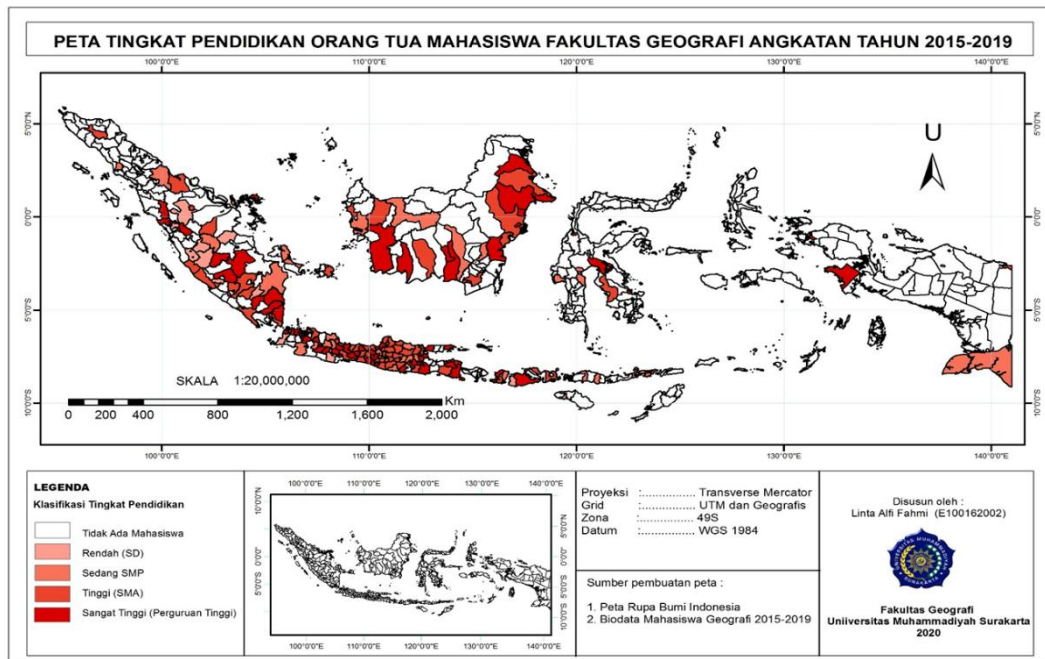
### **3.2 Tren karakteristik sosio-spasial orang tua mahasiswa FG UMS angkatan tahun 2015-2019**

Tren karakteristik sosio-spasial dalam penelitian ini adalah menyajikan keadaan sosial ekonomi orang tua mahasiswa FG UMS 2015-2019 Kondisi sosial ekonomi menurut Abdulsyani, 2002 menjelaskan bahwa kondisi sosial ekonomi adalah kedudukan seseorang dalam kelompok manusia yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendapatan, tingkat pendidikan, usia, jenis rumah tinggal, dan kekayaan yang dimiliki. Terdapat tiga parameter terkait kondisi sosial yang dibahas dalam penelitian ini yaitu tingkat pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan orang tua mahasiswa FG UMS 2015-2019. Parameter yang digunakan antara lain pekerjaan orang tua, pendidikan orang tua dan pendapatan orang tua.

#### **3.2.1 Pendidikan**

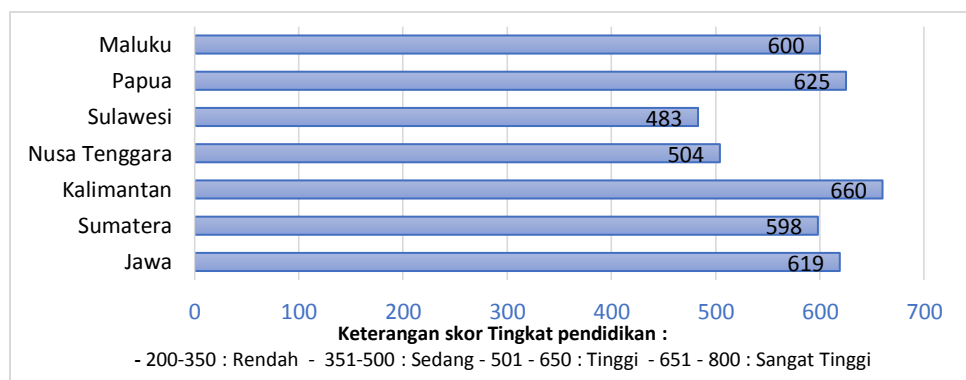
Karakteristik pendidikan orang tua mahasiswa FG UMS berkaitan dengan pendidikan terakhir yang ditempuh oleh orang tua. Tingkat pendidikan akan menunjukkan kondisi sosial orang tua mahasiswa FG UMS. Rata-rata tingkat pendidikan orangtua mahasiswa FG UMS tahun 2015-2019 berdasarkan gambar 4 adalah didominasi oleh jenjang SMA (40%) , Perguruan Tinggi ( 35%), SD (13%), dan SMP (12%), Pendidikan orangtua yang didominasi oleh pendidikan tinggi. Pendidikan yang tinggi akan mempengaruhi anaknya kelak selaras dengan penelitian mobilitas sosial di Indonesia menurut Arifin, 2017 menunjukkan bahwa capaian dalam pendidikan tinggi merupakan faktor penting terhadap perolehan mobilitas sosial vertikal sehingga orangtua akan berpikir bahwa menyekolahkan anaknya ke jenjang yang lebih tinggi daripada dirinya akan menaikkan status sosial.

Setiap daerah asal memiliki beragam pendidikan orangtua, sehingga untuk memetakan perlu di rata-rata dengan teknik skoring setiap daerah/pulau. berikut disajikan gambar 5. peta tingkat pendidikan orang tua mahasiswa FG UMS 2015-2019 berdasarkan daerah asal.



Gambar 4. Peta tingkat pendidikan orang tua mahasiswa FG UMS 2015-2019

Terdapat daerah asal yang memiliki lebih dari satu mahasiswa sehingga terdapat berbagai tingkat pendidikan sehingga perlu di rata-rata tingkat pendidikan orangtua mahasiswa dengan pembobotan. Berikut disajikan gambar 5 diagram rata-rata tingkat pendidikan orang tua mahasiswa per pulau FG UMS 2015-2019



Gambar 5. rata-rata tingkat pendidikan orang tua mahasiswa FG UMS per pulau 2015-2019

Berdasarkan perhitungan skoring per-daerah asal mahasiswa FG UMS tahun 2015-2019 menghasilkan bahwa tingkat pendidikan dari Pulau Kalimantan memiliki skor tertinggi yaitu 660 yang artinya tingkat pendidikan sangat tinggi. Tingkat pendidikan yang tinggi antara lain yang berasal dari Pulau Papua dengan skor 625, Pulau Jawa dengan skor 619, Pulau Maluku dengan skor 600, Pulau



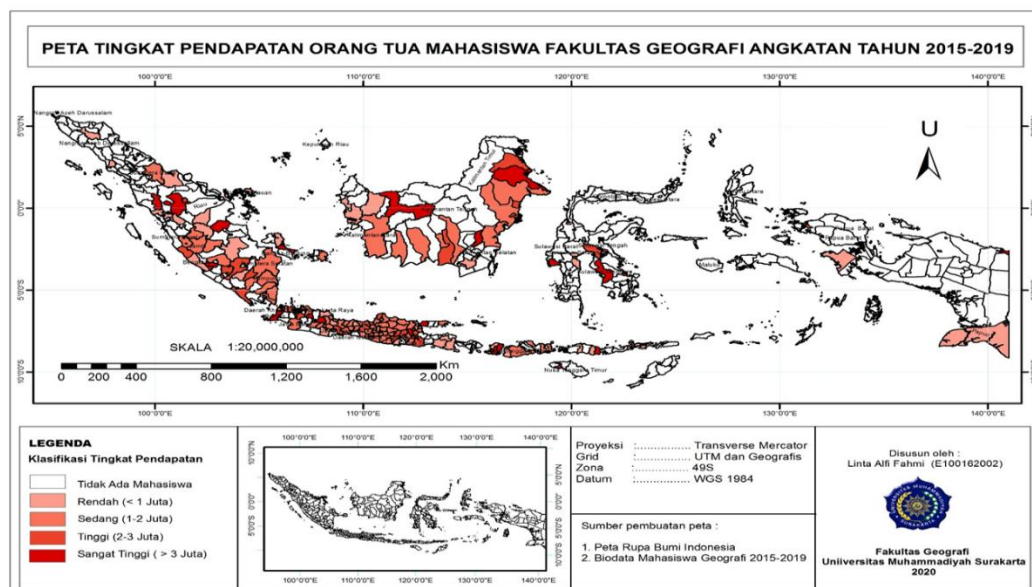
Sumatera dengan skor 598, dan Kepulauan Nusa Tenggara dengan skor 504, sedangkan pulau yang memiliki tingkat pendidikan menengah/sedang adalah Pulau Sulawesi dengan skor 483.

Pulau di Indonesia bagian barat (Sumatera, Jawa, Kalimantan) memiliki rata-rata pendidikan yang tinggi hingga sangat tinggi, sedangkan yang berasal dari Pulau Indonesia Timur (Sulawesi, Kepulauan Nusa Tenggara, Kepulauan Maluku, dan Papua) memiliki rata-rata tingkat pendidikan yang menengah hingga tinggi, Secara keseluruhan rata-rata tingkat pendidikan orang tua mahasiswa FG UMS didominasi oleh tingkat pendidikan tinggi. Secara keseluruhan menunjukan bahwa sosial tingkat pendidikan orang tua FG UMS adalah tinggi sehingga termotivasi untuk menguliahkan anaknya ke jenjang sarjana.

### 3.2.2 Pendapatan

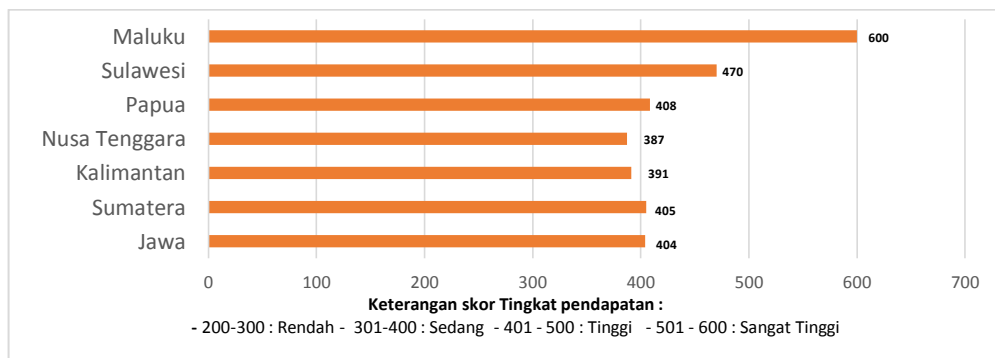
Tingkat pendidikan akan berpengaruh pada pendapatan, selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Julianto & Utari, 2019 menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan, sehingga semakin tinggi tingkat pendidikannya, maka tingkat pendapatan juga meningkat. Tingkat pendapatan orang tua mahasiswa FG UMS berdasarkan gambar 7 didominasi oleh golongan menengah yaitu Rp. 1-2 Juta sebanyak 42%, golongan berpendapatan rendah Rp < 1 juta sebanyak 40% dan golongan tinggi Rp > 3 Juta sebanyak 18%.

Setiap daerah asal memiliki beragam pendidikan orangtua, sehingga untuk memetakan perlu di rata-rata dengan teknik skoring setiap daerah/pulau. berikut disajikan gambar 6 peta tingkat pendidikan orang tua mahasiswa FG UMS 2015-2019 berdasarkan daerah asal.



Gambar 6. Peta tingkat pendapatan orangtua mahasiswa FG UMS tahun 2015-2019

Terdapat daerah asal yang memiliki lebih dari satu mahasiswa sehingga terdapat berbagai tingkat pendapatan sehingga perlu di rata-rata tingkat pendapatan orangtua mahasiswa dengan pembobotan. Berikut disajikan gambar 7 diagram rata-rata tingkat pendapatan orang tua mahasiswa per pulau FG UMS 2015-2019



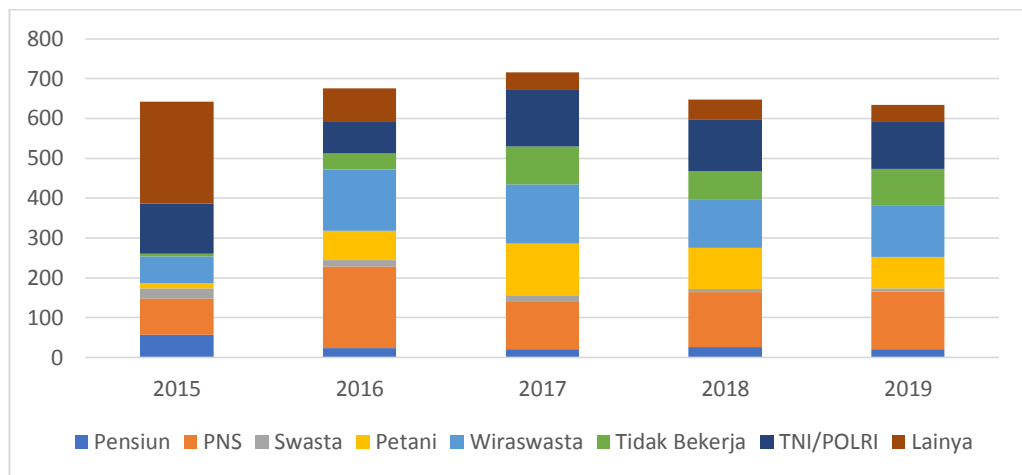
Gambar 7. Rata-rata Tingkat Pendapatan Orang Tua Mahasiswa FG 2015-2019

Berdasarkan hasil skoring rata-rata pendapatan orang tua FG UMS menunjukkan bahwa Kepulauan Maluku memiliki skor sempurna yaitu 600 yang menunjukan bahwa rata-rata tingkat pendapatan orang tua mahasiswa dari Maluku memiliki pendapatan yang sangat tinggi, kategori pendapatan tinggi diantaranya adalah Pulau Sulawesi dengan skor 470, Pulau Papua dengan skor 408, Pulau Sumatera dengan skor 405, Pulau Jawa dengan skor 404, kategori pendapatan sedang antara lain Pulau Kalimantan dengan skor 391 dan Kepulauan Nusa Tenggara dengan skor 387. Secara keseluruhan, rata-rata pendapatan mahasiswa yang berasal dari Luar Jawa khususnya Indonesia bagian Timur (Maluku, Papua, Sulawesi) memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan Indonesia bagian Barat termasuk Jawa hal ini menunjukan bahwa orang tua mahasiswa Luar Jawa yang berkuliah di FG UMS memiliki kondisi ekonomi yang cukup baik, sehingga dapat mengeluarkan biaya lebih untuk menyekolahkan anaknya ke FG UMS yang berada di Jawa Tengah.

### 3.2.3 Pekerjaan

Pekerjaan orang tua mahasiswa bermacam-macam jenis pekerjaan antara lain pensiun, PNS, TNI/POLRI, swasta, wiraswasta, petani, tidak bekerja dan lainnya. Berikut gambar 8 diagram pekerjaan mahasiswa FG UMS per tahun dari 2015-2019.





Gambar 8. Jenis pekerjaan orang tua mahasiswa FG UMS 2015-2019

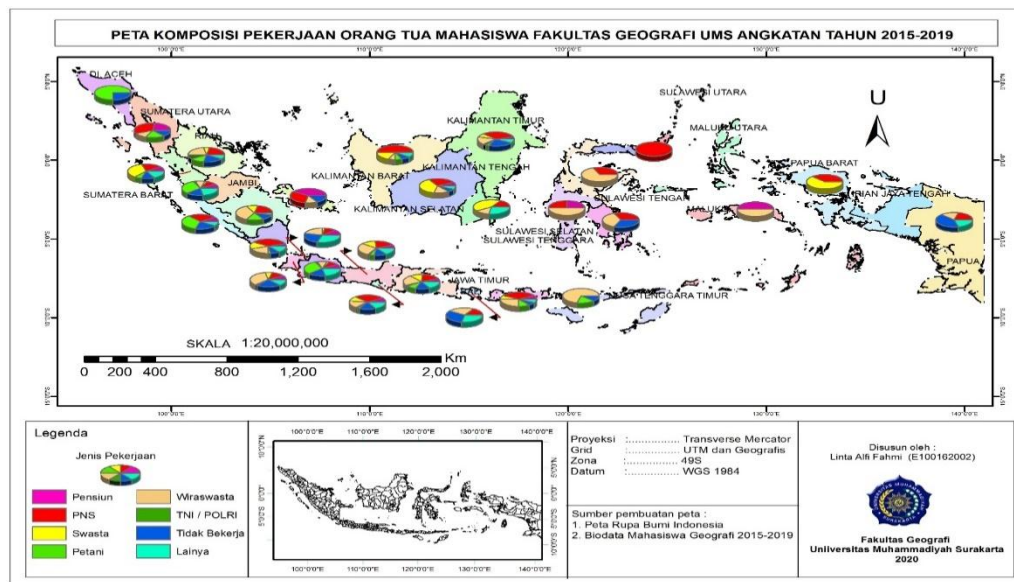
Pekerjaan akan mempengaruhi secara langsung kondisi ekonomi yakni pendapatan. Berdasarkan pengolahan data mahasiswa FG UMS 2015-2019 menunjukkan bahwa pada tahun 2015 pekerjaan orang tua mahasiswa FG UMS didominasi TNI/POLRI dan pekerjaan lainnya, tahun 2016 didominasi oleh PNS dan Wiraswasta, tahun 2017 didominasi oleh Petani dan wiraswasta, pada tahun 2018 didominasi oleh PNS dan wiraswasta, tahun 2019 didominasi oleh PNS dan wiraswasta. Secara garis besar dari tahun 2015-2019 komposisi setiap jenis pekerjaan adalah hampir sama banyaknya.

Setiap pulau memiliki karakteristik jenis pekerjaan yang dilakukan. Indonesia bagian timur antara lain Pulau Jawa dan Sumatera memiliki karakteristik yang mendominasi adalah PNS (22%), Pulau Kalimantan yang mendominasi adalah PNS (33%) sedangkan Indonesia bagian barat antara lain Kepulauan Nusa Tenggara wiraswasta (33%), Pulau Papua didominasi oleh PNS (40%), Pulau Sulawesi didominasi oleh PNS (48%), sedangkan Pulau Maluku didominasi oleh wiraswasta (50%). Secara garis besar PNS dan wiraswasta yang mendominasi karakteristik pekerjaan orang tua mahasiswa FG UMS.

Pulau di Indonesia barat (Jawa, Sumatera, Kalimantan) khususnya Jawa memiliki komposisi jenis pekerjaan orang tua yang lebih beragam dibandingkan Indonesia Timur, hal ini dikarenakan banyak pilihan jenis pekerjaan yang dapat dilakukan dibandingkan pulau lainnya. Secara keseluruhan karakteristik pekerjaan orang tua mahasiswa FG UMS dari tahun 2015-2019 didominasi oleh PNS sebanyak 21%, Wiraswasta sebanyak 19%, TNI/POLRI sebanyak 18%, pekerjaan lainnya sebanyak 14%, petani sebanyak 12%, tidak bekerja sebanyak 9%, pensiun sebanyak 5% dan swasta sebanyak 2%. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua mahasiswa FG UMS didominasi dengan kondisi sosial yang baik jika dilihat dari

status sosial pekerjaan para orang tua mahasiswa UMS yang didominasi oleh PNS, Wiraswasta dan TNI/POLRI.

Secara garis besar PNS dan wiraswasta yang mendominasi karakteristik pekerjaan orang tua mahasiswa FG UMS. Pulau di Indonesia barat (Jawa, Sumatera, Kalimantan) khususnya Jawa memiliki komposisi jenis pekerjaan orang tua yang lebih beragam dibandingkan Indonesia Timur, hal ini dikarenakan banyak pilihan jenis pekerjaan yang dapat dilakukan dibandingkan pulau lainnya seperti yang dipetakan pada gambar 9.



Gambar 9. jenis pekerjaan orang tua mahasiswa FG 2015-2019

Orang tua mahasiswa Fakultas Geografi 2015-2019 memiliki beragam pekerjaan, secara keseluruhan karakteristik pekerjaan orang tua mahasiswa FG UMS dari tahun 2015-2019 didominasi oleh PNS sebanyak 21%, Wiraswasta sebanyak 19%, TNI/POLRI sebanyak 18%, pekerjaan lainnya sebanyak 14%, petani sebanyak 12%, tidak bekerja sebanyak 9%, pensiun sebanyak 5% dan swasta sebanyak 2%. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua mahasiswa FG UMS didominasi dengan kondisi sosial yang baik jika dilihat dari status sosial pekerjaan para orang tua mahasiswa UMS yang didominasi oleh PNS, Wiraswasta dan TNI/POLRI.

### 3.3 Strategi pemasaran kedepan FG UMS terkait tren terkait sosio-spasial mahasiswa FG UMS agkatan Tahun 2015-2019

Pola sebaran spasial mahasiswa yang masih mengelompok dari tahun 2015-2019 dan memusat di Jawa dapat dijadikan sebagai penentuan strategi pemasaran FG UMS seperti penelitian yang dilakukan oleh Hervianti, 2018 pola spasial mahasiswa Gunadarma menjadi salah satu dasar pengambilan keputusan untuk menentukan

strategi promosi berdasarkan *cluster* yang terbentuk oleh pihak Universitas Gunadarma.

Berdasarkan wawancara dengan para pimpinan FG UMS dapat disimpulkan beberapa strategi yang akan diterapkan kedepan berdasarkan pernyataan pimpinan FG UMS terkait hasil sosio-spasial mahasiswa adalah dengan analisis strategi pemasaran 4 P (*product, price, place, promotion*) sesuai dengan penelitian Muhyidin, 2008 dapat disebabkan karena mahasiswa memilih jurusan Geografi dengan alasan antara lain *product, price, place dan promotion*. Obyek pemasaran atau target pasar yang dituju dalam penelitian ini adalah calon mahasiswa baru. Perguruan tinggi dapat melakukan kebijakan untuk meyakinkan calon mahasiswa baru menurut Kotler dan Keller, 2009 memperhatikan hal empat P yaitu *product, price, place, dan promotion*. Keempat variabel strategi tersebut sangat mempengaruhi pemasaran, sehingga semuanya penting sebagai satu kesatuan strategi acuan. wawancara dilakukan dengan pimpinan FG UMS Dekan, Wakil Dekan I (WD I), Wakil Dekan II (WD II), Wakil Dekan III (WD III) dan Kepala Lab (KL). Adapun pemaparan empat unsur strategi promosi empat P adalah sebagai berikut:

### **3.3.1 Strategi Terkait *Product***

Pola spasial mahasiswa yang masih mengelompok dari tahun 2015-2019 dan memusat di Jawa. Berdasarkan wawancara dengan para pimpinan FG UMS dapat disimpulkan beberapa strategi yang akan diterapkan kedepan berdasarkan produk. Produk berkaitan dengan apa yang ditawarkan. Gatfield, dkk (1999) dalam Widhiandono (2009) produk harus dipertimbangkan serius dalam memikat mahasiswa. Para mahasiswa dalam memutuskan untuk memilih sebuah Perguruan Tinggi dipengaruhi oleh faktor reputasi, kualitas dosen dan sumberdaya, kehidupan kampus, dan pelayanannya. Produk berkaitan dengan mutu jurusan yang dapat dilihat dari kualitas dosen, program unggulan mutu lulusan, dan fasilitas fakultas. Berikut strategi promosi kedepan berdasarkan produk FG UMS berdasarkan kutipan pimpinan FG UMS.

Berkaitan dengan kualitas dosen yang dapat dijadikan faktor penarik calon mahasiswa mendorong dosen berpendidikan S3 dan Profesor, merekrutmen dosen berkualitas, mendorong dosen untuk berprestasi, mengevaluasi dosen, mendorong pengabdian masyarakat dan menambah dosen, seperti yang telah diungkapkan oleh seluruh pimpinan FG UMS, berikut kutipannya.

*“Beberapa dosen kita sudah doktor dari Luar Negeri. Beberapa dosen kita sudah doktor LN, kemudian ada evaluasi dosen” (Dekan)*

*“Kualitas dosen sudah bagus, generasi pertama cukup. Wajib S3 beliau-beliau sudah oke (setuju), Kita rekrutmen dosen-dosen berkualitas, IP tinggi, bahasa inggris bagus, agama itu syarat utamanya ” ( WD I )*

*“Dari pendidikan dosen S3. tapi jangan hanya IQ tapi EQ dan SQ.”(WD II)*

*“Kualitas dosen, pertamat tingkat pendidikan semua dosen kalau bisa S3, kedua da profesor yang memang dari fakultas geografi kan itu bisa buat promosi dijual. , produk dalam arti bisa dijual diluar kepada calon mahasiswa salah satunya prestasi dosen yang bisa di banggakan”( WD III)*

*“Kalau fakultas hanya mendorong dosen yang muda-muda untuk sekolah belajar lagi. Tapi rekrutmen sudah bagus dari awal dengan bahasa inggris yang bagus supaya memiliki peluang sekolah di luar, mendorong untuk pemberdayaan masyarakat dan mendorong dosen untuk seminar nasional dan internasional” ( Ka.Lab)*

Strategi produk selanjutnya yaitu fasilitas pembelajaran kedepan. Berkaitan dengan fasilitas pembelajaran yang dapat dijadikan faktor penarik calon mahasiswa laboratorium terstandarisasi akan menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan fasilitas perkuliahan yang dapat meningkatkan mutu lulusan seperti yang diungkapkan dekan, WD I dan WD III FG UMS berikut kutipanya.

*“kedepan saya berharap akreditasi jangan hanya nasional tapi internasional, 2024 kita harus sudah internasional.” (Dekan)*

*“kedepan kita ingin memiliki lab yang terstandarisasi artinya terakreditasi.” (WD I)*

*“Laboratorium yang dilengkapi drone, laboratorium yang terakreditasi, dalam konteks promosi laboratorium yang lengkap dan terstandar yang bisa di foto dan dijual kapada calon mahasiswa” (WD III)*

Selain strategi fasilitas perkuliahan utnuk mewujudkan laboratorium yang terstandarisasi, fasilitas perkuliahan juga harus mengikuti perkembangan zaman, seperti yang diungkapkan oleh WD II dan Ka Lab FG UMS berikut kutipanya.

*“Mengikuti dunia teknologi untuk sarana dunia pendidikan. Jadi kalau internet sudah kemudian pakai apa lagi.”(WD II)*

*“Praktikum kita selalu mengikuti perubahan teknologi baru harus punya, kita mengikuti apa yang diluar berkembang.” (KL)*

Strategi produk untuk menarik calon mahasiswa dan meningkatkan mutu lulusan FG UMS yang akan dilakukan kedepan antara lain adalah magang, seribu peta desa, kuliah daring, dan program sajana jarak jauh. Program magang belum

dijalankan sebagai peraturan kurikulum kuliah, namun terdapat beberapa mahasiswa yang aktif mencari tempat magang secara mandiri, namun dari pimpinan akan mengadakan program magang apabila memungkinkan sebagai strategi meningkatkan program unggulan seperti yang dinyatakan oleh Dekan dan WD III FG UMS, berikut kutipannya.

*“ Magang belum diwajibkan, tapi mubah, menteri yang baru mengisyaratkan magang tapi kalau sudah positif baru dilakukan..”  
(Dekan)*

*“Program magang itu perlu ke depannya mestinya bisa tersalurkan.” (WD III)*

Program seribu peta citra desa sudah delapan tahun dilakukan FG UMS, dan harapannya kedepan dapat diteruskan karena tidak ada yang memiliki program seperti itu, seperti yang diungkapkan oleh Dekan, WD I, dan Ka.Lab FG UMS, berikut kutipan pernyataannya.

*“Program unggulan berkaitan dengan pengabdian kita sudah ada yang terintegrasi dengan mata kuliah, yaitu peta citra desa yang memberikan sumbangsih kepada desa-desa.” (WD I )*

*“Peta desa itu kan punya kita tidak yang lain, ( Dekan)*

*“Program peta desa, bisa karena terintegrasi dengan sistem mata kuliah MPP, peta desa merupakan suatu kelebihan yang lain tidak punya karena itu sebagai wujud nyata kepada masyarakat.” (KL))*

Kuliah di zaman era digital ini perlu mengikuti perubahan zaman yang berbasis *online*, seperti yang diungkapkan WD II dan III yang berpendapat mengenai strategi kuliah online, berikut kutipannya.

*“Kalau bisa saat kondisi saat ini membuka prodi jarak jauh. Ada peluang besar kuliah jarak jauh. Tapi memang syaratnya rumit. Mulai mengadakan kuliah jarak jauh menawarkan program study sarjana jarak jauh.” (WD III)*

*“Tidak lepas dari tri dharma perguruan tinggi ada ketrampilan, pengetahuan, kuliah daring, referensi lewat daring” ” ( WD II )*

### **3.3.2 Stretegi terkait *Price* (harga)**

Harga mempengaruhi para calon mahasiswa dalam memilih jurusan dan universitas. Strategi harga kedepan untuk menarik calon mahasiswa antara lain yaitu tetap mengikuti harga mata uang dan kebijakan kenaikan harga dari pusat/universitas. Strategi harga SPP untuk kedepan yang pertama dalah mengikuti harga mata uang, hal ini karena rupiah nilainya masih melemah

dibandingkan dolar sehingga harus mengikuti harga nilai mata uang yang ada karena akan mempengaruhi harga barang dan jasa. Peningkatan yang terjadi adalah logis, karena sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam perkuliahan termasuk alat praktikum yang membuat adalah luar negeri sehingga untuk memenuhi kebutuhan pembelajaran maka harus dibeli dari luar negeri, sehingga kenaikan harga adalah wajar. Seperti yang diungkapkan oleh Dekan, WD I, dan WD II berikut kutipan pernyataannya.

*“ Karena inflasi, rupiah semakin kalau kita tidak mengikuti gimana, biaya itu jika dibandingkan dengann PT lainnya sekelas UMS seperti UII , UMY, kita termasuk relatif murah.” (Dekan)*

*“Karena inflasi harga barang naik, bukan naik tapi penyesuaian. Kalau konsep universitas SPP itu menyesuaikan inflasi jadi tidak mungkin tidak naik.” (WD I)*

*“Mengikuti kurs dolar / harga mata uang.” (WD II )*

Strategi kedua adalah dengan mengikuti kebijakan kampus UMS. Harga yang relatif murah dibandingkan PT swasta lain merupakan strategi harga yang ditentukan dari kampus untuk menggaet mahasiswa yang banyak, pangsa pasar UMS adalah kelas menengah kebawah sehingga akan lebih mudah mendapatkan mahasiswa. Untuk strategi harga selanjutnya akan mengikuti kebijakan kampus karena pada dasarnya UMS sudah memiliki pangsa pasar tersendiri yang menetapkan harga yang rendah hingga menengah untuk menggaet mahasiswa yang banyak dan hal ini berkaitan dengan kondisi sosial ekonomi orang tua mahasiswa FG UMS, sosial ekonomi orang tua mahasiswa yang didominasi oleh kondisi sosio ekonomi menengah kebawah sehingga FG UMS akan menyesuaikan dengan kondisi orangtua mahasiswa kalau ada kenaikan selagi harga tersebut masih wajar masih mendukung pihak kampus seperti yang diungkapkan oleh dekan, WD III, WD III dan Ka.Lab berikut kutipanya.

*“untuk memenuhi ketrampilan harus butuh teknologi. Kalau logis kita harus mendukung (UMS).” (WD II)*

*“Kita itu UMS ambilnya tengah-tengah tidak terlalu mahal karena pasarnya menengah ke bawah. Biaya yang menentukan UMS yang merencanakan anggaran kan mereka” (Dekan)*

*“Kalau melihat pekerjaan orangtua itu memang masih tergolong murah tapi memang penentuan harga kan dipusat, Kita masih berfokus pada kuantitas belum kualitas tapi memang kembali lagi ke siapa pangsa pasar kita, pekerjaan apa dan pendapatannya bagaimana.” (WD III )*

*“Biaya itu yang menentukan universitas, dan fakultas memberi masukan, mungkin kedepan akan naik tapi tidak boleh yang mencenangkan masyarakat.” (KL)*

Jika dilihat harga yang murah, hal ini sesuai dengan karakteristik orangtua mahasiswa yang memiliki latarbelakang karakteristik ekonomi yang menengah kebawah. Sosial ekonomi orang tua mahasiswa yang didominasi oleh kondisi sosio ekonomi menengah sehingga strategi harga yang murah karena pangsa pasarnya adalah sosio ekonomi menengah kebawah. Secara keseluruhan karakteristik pekerjaan orang tua mahasiswa FG UMS didominasi oleh PNS, wiraswasta dan TNI/POLRI, pendidikan didominasi oleh SMA dan PT.

### **3.3.3 Strategi terkait *place***

Lokasi menurut Kasmir, 2006 merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai lokasi untuk memajangkan barang-barang dagangnya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau dijual, baik jenis, jumlah, maupun harganya dalam konteks jasa pendidikan tinggi, yang dimaksud dengan *place* penentuan lokasi perguruan tinggi. UMS belum memiliki kampus yang dibangun diluar Surakarta, khususnya FG UMS belum mencoba mendirikan diluar kampus sehingga belum ada lokasi tertentu untuk menggaet mahasiswa berdasarkan strategi pemasaran *place*.

### **3.3.4 Strategi Terkait *Promotion***

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atas perusahaan dan produknya, Tujuan utama promosi adalah memberi informasi, menarik perhatian, dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan (Widharta dan Sugiharto, 2013). Adapun kegiatan promosi yang akan dilakukan oleh pimpinan FG UMS berdasarkan wawancara dengan pimpinan FG UMS antara lain dengan menggunakan berbagai kegiatan antara lain berbasis *online* dan *offline*. Promosi berbasis *online* akan dilakukan untuk menyebarluaskan FG UMS seperti yang diungkapkan oleh Dekan dan WD III berikut kutipanya.

*“Belum ada rencana, paling efektif dengan medsos promosi online kedepan harus digenjot kesana.” (WD III).*

*“Semuanya kita tempuh, dari youtube kegiatan di share kkl, field trip kemudian lewat web.” (D1)*

Promosi *online* dipilih karena promosi *online* memiliki kelebihan dibandingkan promosi *offline* antara lain akan lebih menghemat biaya karena tidak perlu membutuhkan biaya transportasi dan akomodasi, selain itu juga hemat waktu dan tenaga dan promosi *online* akan lebih menjangkau pangsa calon

mahasiswa yang lebih luas dibandingkan *roadshow* yang hanya sekolah tertentu sebagai sampelnya. Promosi *online* dapat melalui *web*, instagram, facebook, twitter dan youtube. Selain promosi *online*, terdapat pimpinan yang juga akan menerapkan promosi secara *offline*. Yang dimaksud promosi *offline* adalah promosi yang tidak terhubung dengan internet, namun melalui cara-cara manual. Promosi *offline* yang akan dilakukan oleh FG UMS antara lain bertemu langsung dengan calon mahasiswa (*roadshow*), mendatangi perguruan tinggi yang ada calon mahasiswa transfer, promosi mulut ke mulut melalui mahasiswa FG dari Luar Jawa dan penguatan promosi internasional. Promosi melalui *road show* yaitu mendatangi calon mahasiswa, hal ini akan dilakukan untuk menarik minat calon mahasiswa agar berkuliah di FG UMS. *Road show* yang akan dilakukan melihat pola distribusi spasial mahasiswa yang masih mengelompok di Jawa khususnya, berdasarkan hasil tersebut strategi menurut WD I akan melakukan *roadshow* ke Luar Jawa dilakukan untuk menambah variasi daerah asal mahasiswa yang berasal dari berbagai pulau agar lebih dikenal tidak hanya di Pulau Jawa namun dengan biaya yang tidak sedikit sebab membutuhkan transportasi dan akomodasi karena letaknya jauh, berikut kutipanya.

*“ Selain jawa nanti mungkin mengambil sampel luar jawa yang setiap tahun ada mahasiswanya, saya kira tidak masalah mungkin tahun ini kalimantan, tahun besok sulawesi.” (WD I FG UMS, 09 April 2020)*

Letak FG UMS yang di Pulau Jawa mengakibatkan mahasiswa kebanyakan dari Soloraya, sehingga menurut WD III akan lebih bagus jika diperkuat basis mahasiswa di daerah yang banyak mahasiswanya dengan mempertimbangkan biaya yang rendah dan akses yang mudah. Berikut kutipan pernyataanya.

*“Kalau saya dari kewilayahan lebih baik mempertahankan basis wilayah mahasiswa kita lumbungnya dipertahankan, kalau basisnya di jateng ya sudah kita fokus di jateng yang paling banyak selain biaya murah, lebih baik fokus sumber basis mahasiswa tidak menjajah di wilayah baru dengan resiko biaya yang tidak sedikit.” (WD III)*

Selain memperhatikan biaya, terdapat pula pimpinan FG UMS yang mempertimbangkan jarak relatif artinya faktor jarak penting khususnya akan berpromosi di daerah yang memiliki akses yang mudah ke UMS, seperti yang diungkapkan oleh WD II, WD III dan Ka.Lab. berikut kutipan pernyataanya.

*“UMS ini salah satu yg sudah dipertimbangkan di Jawa dan kedua karena ada di Jawa lebih mudah aksesnya dibandingkan Luar Jawa faktor jarak itu berpengaruh. (KL)*



*“Faktor geografis jarak terutama dan aksesibilitas kan menentukan Mempertimbangkan jarak relatif bukan absolut kita perlu liat lagi Jawa timur mana, kita fokus ke daerah yg memang di hubungkan oleh jalan solo sampai surabaya, pantura semuanya, kalau jabar akan terlalu jauh kalau mau kuliah disini. (WD III)*

*“kalau luar jawa itu karena faktor geografis berkaitan dengan pendidikan seperti infrastruktur itu lebih komplit, basis pendidikan itu di Jawa jadi kesadaran kebutuhan akan pendidikan lebih tinggi, transportasi, biaya, komunikasi. Komunikasi mudah di Jawa, kalau di Luar Jawa susah komunikasinya “(WD II)*

Penghematan biaya dapat dilakukan apabila tidak melakukan promosi ke Luar jawa yang membutuhkan banyak biaya, cara yang efektif adalah dengan memberdayakan mahasiswa yang dari Luar Jawa untuk mensosialisasikan kepada para calon mahasiswa yang ada di daerah asalnya seperti yang diungkapkan oleh WD II berikut pernyataanya.

*“Ada delegasi dari mahasiswa kalau mereka pulang efesiensi biaya sambil membawa informasi Fakultas geografi, jadi civitas akademika harus jalan.” (WD II)*

Promosi melalu Perguruan tinggi yang berpotensi untuk mahasiswanya melanjutkan jenjang S1 ke FG UMS merupakan salah satu cara berpromosi agar variasi mahasiwanya beragam, seperti yang diungkapkan oleh WD I berikut kutipan pernyataanya.

*“Variasi mahasiswa yang nasional juga didukung oleh peran mahasiswa transfer, kita datang ke PT yang ada mahasiswa transfernya seperti UGM, kita datang ke negeri harus ada yang di tawarkan, statemen iming-imingnya cukup setahun anda bisa dapat gelar sarjana.” (WD I)*

Selain promosi ke Luar Jawa, promosi ke Luar Negeri juga penting dilakukan agar dapat menjadi Fakultas yang dapat diperhitungkan, penguatan promosi internasional kedepan harus dilakukan. Variasi daerah asal mahasiswa yang masih dari dalam negeri, mendorong pimpinan FG UMS untuk dapat menggaet calon mahasiswa dari Luar Negeri hal ini karena salah satu poin di akreditasi mensyaratkan mahasiswa dari Luar negeri sebanyak 1% dari total kaseluruhan jumlah mahasiswa tentu hal ini harus dibarengi dengan peningkatan kualitas FG UMS yang bisa dilakukan seperti yang diungkapkan oleh Dekan dan WD III FG UMS berikut kutipan pernyataanya.

*“kita sudah dikenal sebagai universitas nasional dilihat dari mahasiswanya dari berbagai provinsi. Harapanya lebih populer lagi tidak hanya indonesia tapi luar negeri.” (D1)*

*“Kemudian fokus saya bagaimana penguatan di tingkat internasional karena ada 1 pertanyaan akreditasi ada 1% dari mahasiswa luar negeri. Karena menggaet mahasiswa LN tidak mudah karena mereka jauh-jauh dari Luar Negeri harus dapat kualitas. Sebetulnya ada juga kerjasama muhammadiyah dulu dengan Thailand juga bisa ditempuh seperti itu, jadi meningkatkan promosi kerjasama di jalur luar negeri. (WD III)*

#### **4. PENUTUP**

##### **4.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, sebagai berikut.

1. Tren pola spasial mahasiswa Fakultas Geografi angkatan tahun 2015-2019 adalah mengelompok dengan hasil Indeks moran  $0 < I \leq 1$  dan menunjukkan adanya autokorelasi spasial positif artinya ada kedekatan atau ketetanggaan antar daerah asal, pengelompokan mahasiswa FG UMS berada di Pulau Jawa dengan presentase 87% dari total mahasiswa FG UMS 2015-2019.
2. Tren sosio-spasial orang tua mahasiswa FG UMS 2015-2019 memiliki tren yang relatif tetap dengan tingkat pendidikan orang tua mahasiswa FG UMS Pulau Sulawesi adalah sedang, Pulau Jawa, Sumatera, Nusa Tenggara, Papua, dan Maluku adalah tinggi, Pulau Kalimantan adalah sangat tinggi, tingkat pendapatan Pulau Kalimantan dan Nusa Tenggara adalah sedang, Pulau Jawa, Sumatera, Papua dan Sulawesi adalah tinggi dan Maluku adalah sangat tinggi, Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Papua dan Sulawesi didominasi oleh orang tua berpekerjaan PNS sedangkan Pulau Maluku dan Nusa Tenggara mayoritas berpekerjaan wiraswasta.
3. Strategi pemasaran yang akan diterapkan FG UMS terkait sosio-spasial mahasiswa dengan strategi product yaitu meningkatkan kualitas dosen, membenahi laboratorium, menyiapkan program unggulan dan meningkatkan mutu lulusan, strategi price dengan mengikuti kenaikan harga barang dan jasa serta kebijakan kenaikan harga dari universitas dengan memperhatikan pangsa pasar menengah ke bawah, strategi place belum ada pendirian lokasi tertentu untuk menggaet mahasiswa, strategi promotion dengan berbasis online dan offline melalui roadshow, mendatangi perguruan tinggi yang ada calon mahasiswa transfer, promosi mulut ke mulut melalui mahasiswa FG dari Luar Jawa dan penguatan promosi internasional.

##### **4.2 SARAN**

Kondisi sosial ekonomi orangtua mahasiswa penting diketahui oleh pihak fakultas dan universitas sebagai riset pangsa pasar, sehingga perlu adanya penelitian lanjut mengenai seberapa besar pengaruh orangtua dalam memilih jurusan geografi khususnya FG UMS sehingga dapat menentukan strategi promosi kedepan.

##### **PERSANTUNAN**

Terimakasih kepada pembimbing, penguji I dan II, Biro IT UMS dan seluruh pimpinan FG UMS yang telah membantu kami dalam melakukan penelitian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdulsyani. (2002). *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ali, M. (2009). *Pendidikan untuk Pembangunan Nasional Menuju Bangsa Indonesia Yang Mandiri dan Berdaya Saing Tinggi*. Bandung: PT Imperisl Bakti Utama.
- Alma, B., & Hurriyati, R. (2008). *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Arifin, M. H. (2017). Memahami Peran Pendidikan Tinggi terhadap Mobilitas Sosial di Indonesia. *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi*, 22(2), 139–158. <https://doi.org/10.7454/mjs.v22i2.7697>
- Basuki, S. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Hadi Sabari Yunus. (2010). *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer (I)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hervianti, S. P. (2018). Universitas Gunadarma Menggunakan Metode Clustering. *Ikraith-Informatika*, 2(2), 42–48.
- Husna, N. Q. N. (2018). *Analisis Persebaran Asal Siswa Sma Favorit Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Julianto, D., & Utari, P. A. (2019). Analisa Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Individu di Sumatera Barat. *Jurnal Ikraith Ekonomika*, 2(2), 122–131. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/268005-analisa-pengaruh-tingkat-pendidikan-terh-87e7aaa0.pdf>
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada Permai.
- Lee, J. and W., & D.W.S. (2001). *Statistical Analysis with ArcviewGIS* (I. John Wiley & Sons, Ed.). United States of America.
- Mahpur, M. (2017). Memantapkan Analisis Data Melalui Tahapan Koding.

- Repository Universitas Islam Negeri Malang*, 22, 1–17. Retrieved from <http://repository.uin-malang.ac.id/800/2/koding.pdf>
- Miles, B. M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Muhyidin, U. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Barat. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK (SENDI\_U)*, 3(1), 978–979. Retrieved from <http://download.portalgaruda.org>
- Rohsulina, P., Husyain, R. M., & Rahman, M. K. (2015). Analisis Persebaran Daerah Asal Mahasiswa universitas Veteran Bangun Nusantara dengan Menggunakan Sistem Informasi Geografis (Sig). *Geoedukasi*, IV(2), 10–18.
- Star, Q. (2019). top universities. Retrieved from <https://www.topuniversities.com/qs-stars>
- Widhiandono, H. (2009). *Brand Position Dan Media Promosi Dalam Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Dengan Pendekatan Strategi Pemasaran Internasional*. 1–16.